

ГРАДЮШКО А. А.
Белорусский государственный университет

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТРИК В ЦИФРОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Аннотация. Рассмотрена степень влияния метрик на журналистскую практику и стандарты медиапроизводства. В качестве базы эмпирического исследования взят ряд сайтов белорусских сетевых изданий и интернет-ресурсов, также исследованы их аккаунты в социальных сетях и мессенджерах. Результаты показывают, что использование метрик для отслеживания предпочтений аудитории в цифровой журналистике приводит к трансформации редакционных практик.

Ключевые слова: цифровая журналистика, платформы, метрики, аналитика, вовлечение аудитории.

GRADYUSHKO A. A.
Belarusian State University

PROBLEMATIC ASPECTS OF USING METRICS IN DIGITAL JOURNALISM

Abstract. The degree of influence of metrics on journalistic practice and media production standards is examined. The empirical research is based on a number of websites of Belarusian online publications and Internet resources, as well as their accounts in social networks and messengers. The results show that the use of metrics to track audience preferences in digital journalism leads to the transformation of editorial practices.

Keywords: digital journalism, platforms, metrics, analytics, audience engagement.

В связи со стремительной цифровизацией одним из направлений развития журналистики стало использование аналитики и метрик для отслеживания предпочтений аудитории в отношении новостного контента. Процесс сбора различных данных об аудитории – кликов на сайте и в социальных сетях, лайков, комментариев и др. – стал намного проще. В ряде редакций установлены цифровые экраны, на которых отображается отчет в реальном времени об активности пользователей на сайте. Кроме того, часто применяются различные метрики для анализа вовлеченности в социальных сетях. Цель статьи – оценить степень влияния метрик на

журналистскую практику и стандарты медиапроизводства.

В качестве базы эмпирического исследования был взят ряд сайтов белорусских сетевых изданий и интернет-ресурсов, также исследованы их аккаунты в социальных сетях и мессенджерах.

Исследование сайтов проведено на основе данных инструментов «Яндекс.Метрика» и Similarweb. Изучение аккаунтов в социальных медиа выполнено с помощью сервиса Popsters. Методология основывается на сравнительном анализе и обобщении.

В научных работах описано, что сегодня «подвергаются пересмотру традиционные способы коммуникации, постоянно модифицируются методики донесения информации до аудитории» [1, с. 566]. При этом журналисты используют веб-аналитику «как инструменты для сбора данных о поведении аудитории, что формирует их повседневную работу и организационные стратегии» [2, с. 358]. Показано, что отслеживание аналитики аудитории в новостных редакциях стало институционализированным [3].

В распоряжении редакций находится большое количество различных метрик, что, с одной стороны, дает информацию об интересах аудитории, а с другой, может оказать негативное влияние на существующие стандарты журналистики. Во-первых, мы установили, что в попытках генерировать большое количество трафика на сайты многие редакции ставят во главу угла оптимизацию работы с Google. Издательский дом «Беларусь сегодня» ежедневно размещает на сайте sb.by от 200 до 250 новостных сообщений, журналисты работают на ленте новостей с 6:00 утра до 1:00 ночи. Посещаемость сайта достигает 180–250 тыс. визитов в сутки, однако в структуре трафика преобладают переходы из рекомендательных и поисковых систем, а среднее время, которое пользователи проводят на сайте sb.by, составляет 1:37 мин. Во-вторых, мы обнаружили, что контент, размещаемый в социальных сетях, адаптируется к предпочтениям пользователей, что приводит к увеличению «мягких» новостей, тем самым более качественные, глубокие и аналитические материалы нередко уходят на второй план. Как известно, в социальных сетях видимость новостного контента, а значит, и вероятность того, что он привлечет внимание аудитории, во многом зависит от алгоритма. Таким образом, новостные издания теряют контроль над распространением новостей, поскольку алгоритмические системы формируют ленту в соответствии с предпочтениями пользователей.

Проведенное исследование демонстрирует нарастание процессов таблоидизации в цифровых медиа. Приоритет нередко отдается историям, которые представляют ограниченный общественный интерес, но имеют сенсационный характер. Таким образом, использование метрик для отслеживания предпочтений аудитории в цифровой журналистике приводит к трансформации редакционных практик.

Литература

1. Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Сквозные цифровые технологии: диапазон возможностей современных массмедиа / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – Т. 11, № 3. – С. 564–585.
2. K. Lamot, S. Paulussen. Six Uses of Analytics: Digital Editors' Perceptions of Audience Analytics in the Newsroom / K. Lamot, S. Paulussen // Journalism Practice. – 2020. – № 14 (3). – P. 358–373.
3. C. Anderson. Between Creative and Quantified Audiences: Web Metrics and Changing Patterns of Newswork in Local US Newsrooms / C. Anderson // Journalism. – 2011. – № 12 (5). – P. 550–566.